



ФОНДАЦИЯ  
„МОДЕРНО ОБРАЗОВАНИЕ И НАУКА“

# КОМУНИКАЦИОННА СТРАТЕГИЯ

## ЗА РАЗВИТИЕ НА ПАРТНЬОРСКА МРЕЖА

### «ДОБРУДЖАНСКИ МЛАДЕЖКИ АЛИАНС»



Европейски съюз



ОПАК, Експерти в действие  
Оперативна програма  
„Административен капацитет“



Европейски социален фонд  
Инвестиции в хората

Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Административен капацитет“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд.

Тази комуникационна стратегия се издава в рамките на проект „Интегрирана програма за изграждане на капацитет на НПО за ефективно партньорство с държавната администрация“, Договор № 08-23-152/С/ 27.08.2008 г., осъществяван с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Административен капацитет“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд. Изложението в този материал възгледите са на Фондация „Модерно образование и наука“ и по никакъв начин не отразява официалната позиция на Европейската комисия.

**ПРОЕКТ  
„ИНТЕГРИРАНА ПРОГРАМА ЗА  
ИЗГРАЖДАНЕ НА КАПАЦИТЕТ  
НА НПО ЗА ЕФЕКТИВНО  
ПАРТНЬОРСТВО С  
ДЪРЖАВНАТА  
АДМИНИСТРАЦИЯ“**

Проект  
*„Интегрирана програма за изграждане на капацитет на НПО за  
ефективно партньорство с държавната администрация”*  
Договор № 08-23-152/С/ 27.08.2008 г.

---

---

**КОМУНИКАЦИОННА СТРАТЕГИЯ**  
**ЗА РАЗВИТИЕ НА**  
**ПАРТНЬОРСКА МРЕЖА**  
**«ДОБРУДЖАНСКИ МЛАДЕЖКИ АЛИАНС»**



Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Административен капацитет”, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд.



Европейски съюз



ОПАК. Експерти в действие

Оперативна програма  
“Административен капацитет”



Европейски социален фонд  
Инвестиции в хората

Тази комуникационна стратегия се издава в рамките на проект „Интегрирана програма за изграждане на капацитет на НПО за ефективно партньорство с държавната администрация”, Договор № 08-23-152/С/ 27.08.2008 г., осъществяван с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Административен капацитет”, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд.

Изложените в този материал възгледи са на Фондация „Модерно образование и наука” и по никакъв начин не отразява официалната позиция на Европейската комисия.



## **КОМУНИКАЦИОННА СТРАТЕГИЯ ЗА РАЗВИТИЕ НА ПАРТНЬОРСКА МРЕЖА «ДОБРУДЖАНСКИ МЛАДЕЖКИ АЛИАНС»**

Предлаганата Комуникационна стратегия е част от управленската стратегия за развитие на Добруджански младежки алианс. Стратегията, е част от непрекъснатия процес, при който ще се приемат и реализират на различни нива решения относно устойчивото развитие на приоритетите на проект “Интегрирана програма за изграждане на капацитет на НПО за ефективно партньорство с държавната администрация».

Главната цел на този документ е да определи изпълними задачи в рамките на възможностите, предоставени от проекта и осигурени при неговото устойчиво развитие. Стратегията е изготвена на базата на опита на фондация „Модерно образование и наука“ и нейните партньори, тенденциите в развитието на гражданското общество на местно, национално и европейско ниво, професионалният опит на екипа, както и регионалните традиции и особености на

Добричка област. Стратегията се основава на обективната икономическа, ресурсна и обществена ситуация. Тя дава възможност да се прогнозира бъдещето на ПМ ДМА от поне 7 /10/ неправителствени младежки организации и организации от Добричка област, работещи по младежки проблеми, както и да се гарантира нейното устойчиво развитие.

Философията на тази Стратегия се основава на разбирането, че пълноценното участие на младите хора в живота на общината е гаранция за тяхната ефективна социална интеграция и личностна реализация. За тази цел, е необходимо да се популяризира дейността на Добруджански Младежки Алианс, който допринася за реализирането в Добричка област на европейския децентрализиран модел за участието на младите хора в обществения живот. Партньорите в нея са убедени, че обсъждането на проблемите и

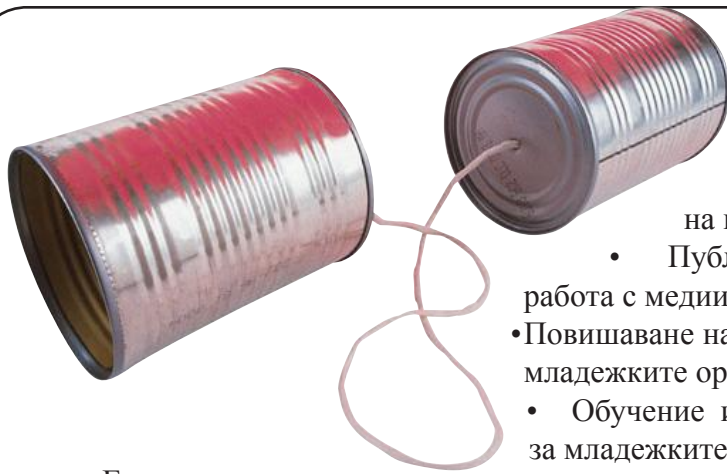
предприемането на действия не «за младите хора», а «с младите хора», е печелившата формула местната власт да подкрепи младите хора в процеса на израстването им като активни граждани на общината.

Като своя неразделна част проектът включва и дейности за информиране на обществеността, формиране на гражданско участие на младите хора в обществения живот.

В съответствие със стратегията се предвижда изработване и разпространение на информационни рекламни материали за ДМА и публикуване на информационни материали в медиите с местно и регионално покритие.

Отделя се специално внимание на укрепването на връзките между администрацията на общината и ДМА, които са идентифицирани в Комуникационната стратегия. С оглед увеличаване на популярността на ДМА, като структура, прилагаща Европейския децентрализиран модел. С присъединяването на България към ЕС за страната ще са достъпни повече финансови програми за развитието на младежта и средствата, които те предоставят ще стават все по-важни за осъществяване на комуникационните връзки.

За периода, който обхваща, Общата комуникационна стратегия поставя фокус върху повишаване на знанието и разбирането на изискванията за създаване на организационни структури, като местни инициативни групи и Бизнес планове за местно устойчиво развитие.



подходите за постигането на целите:

- Публичност и работа с медиите
- Повишаване на интереса към младежките организации
- Обучение и консултации за младежките организации
- Промоция на проекта.

Ето защо е необходимо създаването на комуникационна стратегия на проекта, която да постави основата на комуникационната стратегия на ДМА. Стратегията се създава с участието на ДМА от една страна и основните партньори – местните власти, образователни, културни и религиозни институции, неправителствени организации, бизнеса и др.



Основните целеви групи са и партньори в процеса на създаването и изпълнението на стратегията. Посланията към тях са специфични и се определят в зависимост от специфичните интереси на всяка от групите.

Комуникационните дейности са групирани в пет групи в зависимост от аудиториите и посланията и

Формулирани са няколко стратегически принципа за изпълнение на дейностите от комуникационната стратегия, прилагането на които ще осигури успешното постигане на нейните цели:

- Създаване на екип, който включва персонал на проекта;
- Изпълнение на действията като партньорски проекти и заинтересованите страни;
- Координиране на всички действия от комуникационната стратегия;
- Паралелно с изпълнението на действията да се провежда и обучение на работното място за персонала на ДМА и партньорите;
- Всяка публикация или друг продукт трябва да има ясно определена аудитория и цел, както и предварителен план за разпространение и събитие за промоция;

- Да се търсят винаги възможности за финансиране от повече от един източник;
- Да се базират на вече съществуващи организации и институции.

Изготвянето на Комуникационната стратегия е предшествано от анализ на текущата ситуация на младежките политики и организации в България. Комуникационната стратегия е и продължение на цялостната стратегия на Държавната Агенция за младежта и спорта, чиято основна цел е участие на младите хора в живота на общините и регионите.



## Описание на ситуацията



Според Стратегията за развитие на младежта Гражданско участие на младите хора е свързано с прилагане принципите на Европейската харта за участието на младите хора в живота на общините и регионите. С Декларацията от 29 юли 1999 година на Народното събрание се препоръчва на органите на изпълнителната власт и на местното самоуправление да работят активно с младежките неправителствени организации и с младежките групи като да ги подкрепят при осъществяване на младежки програми и инициативи, според възможностите и ресурсите им. Младите хора декларират желание да се включат в обществения живот за решаване на собствените си проблеми, като вземат участие в граждански организации. В страната работят младежки неправителствени организации, които реализират младежки инициативи и дейности на местно, регионално и национално ниво, както и европейско. По отношение на един от основните приоритети

на България-евроатлантическата ориентация на страната, младите хора заемат определено активна позиция. За тях, представата за Европейския съюз е положителна. Днес за повечето млади хора Европа означава преди всичко - благосъстояние, възможност за опознаване на хората и света.

Към настоящия момент, действат две правителствени програми в областта на младежката политика – Програмата за младежки дейности 2008-2010 и Национална програма „Младежки информационно-консултантски центрове 2007-2010“ /МИКЦ/.

От проведените анализи на национално ниво се установява, че българските общини все още нямат готовност и необходимия финансов ресурс за поддържане на инфраструктура за предоставяне на адекватни и модерни услуги за свободното време на младите хора. Необходимо е да се създадат условия за оптимално използване на партньорските взаимоотношения между държавата, НПО и общините за предоставяне на модерни и адекватни услуги за свободното време на младите хора. За тази цел, ДМА ще опосредства тази роля на посредник между младите хора и администрацията, като поощрява участието на младите

## Съставяне на Стратегията

**Стъпка 1 – Инициране и подготовка на Стратегията на Добруджански Алианс» По-добро бъдеще за младежите на Добруджа»:**

- Представяне, обсъждане и приемане на рамка за Стратегията на ДМА за 2009-2011;
- Представяне, обсъждане и приемане на план за действие за популяризиране на дейността на младежките организации, членуващи в ДМА;

**Срок: Януари 2010**

**Стъпка 2: Популяризиране на дейността на ДМА» По-добро бъдеще на младежите на Добруджа»:**

- Инициране от ДМА на работна група с участието на представители младежки организации и на организации за работа с млади хора;
- Посещения в успешно действащи младежки организации по програмата »Младежта в действие«. Целта на тези посещения е да се използва опита и на тази база да се дообогати практиката на ДМА
- Създаване на интернет страница на ДМА;
- Разработване на комуникационен план на действие, като част от комуникационната стратегия» За по-добро бъдеще на младежите на Добруджа»;
- Текущо медийно отразяване на дейностите на ДМА на национално, областно и общинско ниво;

**Срок: Юни 2010**

### Стъпка 3. Национална среща на младежките организации от различни региони

- Организиране на национална среща на младежки представители, представители на държавни институции, областни администрации, общински администрации, медии;
- Публично представяне и обсъждане на отчета за изпълнението на Стратегията за развитието на ДМА за периода 2009-2010;
- Текущо медийно отразяване на развитието на консултативната на национално, областно и общинско ниво;
- Създаване на онлайн-форум «Младите хора и вземането на решения» към сайта на ДМА
- В този форум ще бъдат обсъждани темите за участие на младите хора в живота на общините и възможностите за заетост на младежта.

Най-интересните предложения, мнения и коментари от форума ще бъдат обсъждани по време на дискусиите и срещите, предвидени като част от комуникационната стратегия.

#### Срок: Декември 2010

На базата на информацията, генерирана през тези три етапа, е съставена настоящата стратегия и План за действие.

## Описание на ситуацията

хора в обществения и социалния живот, както на регионално, така и на национално ниво.

Продължава да функционира Национална информационна система за младежта, която е най-новият елемент на младежката информационна инфраструктура. Чрез нея за първи път в България младите хора имат възможност да търсят и получават информация в реално време, да правят предложения, препоръки и да общуват помежду си. ДМА като представителна организация на младежките организации на територията на община Добрич ще осигури достъп на своите членове до действащата Национална информационна система за младежта. По такъв начин, ще се предложат форми за заетост на трайно безработни младежи, форми за преквалификация и допълнителни курсове, имащи за цел подобряване на уменията на младите хора в съответствие с изискванията на трудовия пазар.

За стимулиране на гражданската активност на младите хора трябва да се използва децентрализиран подход, съобразен със специфичните особености на регионите в страната. ДМА като действаща организация на територията на община Добрич и прилежащите ѝ територии ще съдейства за рационално управление и активни позиции на младежките организации в рамките на регион Добрич. Децентрализираният подход, прилаган от ДМА е

предимство, за да се отчете и спецификата на региона, в който действа алиансът.

От 2001г. основния източник на финансиране на проекти за местни младежки инициативи е програмата “Младеж”, дейност “Младежки инициативи”. Интересът на младежите към дейността “Младежки инициативи” нараства, което налага създаването на нови програми за стимулиране на гражданската активност.

Цялостната ситуация на социално-икономическото развитие на страната в момента е в подкрепа на създаването и развитието на младежки организации, които да подкрепят участието на младите хора в обществения живот.

Етапът, на който се намира изпълнението на Проекта, изисква създаването на

настоящата стратегия, за да послужи при по-нататъшното прилагане на други негови дейности и компоненти.

## Цели на Стратегията



Настоящата Стратегия обслужва едновременно целите на Проекта, в рамките на който се създава и едновременно с това обслужва и целите на Стратегията за развитие на ДМА. Тя се създава, за да бъде основа на планирането на конкретните дейности на Проекта в сферата на връзките с обществеността и едновременно с това е първи вариант на Комуникационната стратегия. Конкретните цели могат да се групират в две групи. Настоящата Стратегия има за цел да структурира и систематизира вижданията на всички групи заинтересовани страни за необходимите действия в областта на връзките с обществеността и за постигането на целите на Проекта. Стратегията има няколко конкретни цели.

*Като основна стратегическа цел на създаването на ДМА е посочено създаването на устойчиви механизми за диалог*

с местната и регионалната власт Добричка област за съхранение, развитие и инвестиране в младежта като социален капитал, като повиши активността на младите хора чрез различни форми на гражданско участие в обществения живот и в местната власт, както и като подобри капацитета и ефективността на младежките НПО и НПО, работещи по проблемите на младите хора, като активен участник и партньор при формирането и реализирането на младежките политики.

*Дългосрочни цели* – изграждане на ефективна обществена среда за партньорство и повишаване на капацитета на младежкия НПО-сектор в Добричка област; повишаване на управленския капацитет на неправителствения сектор за участие във формирането и реализацията на национални и местни младежки политики;

подпомагане на реализацията на пилотен модел за ефективно партньорство между младежки НПО и НПО, работещи по проблемите на младежта и структурите на местната и държавната власт; подобряване на обществената представа за младежкия НПО-сектор като ефективен участник в процеса на вземане на решения относно проблемите на младите хора на местно и регионално ниво чрез обединяване и координиране на усилията в духа на Европейската харта за участие на младите хора в живота на общините и регионите.

- Повишаване ролята на младите хора в гражданското общество;
- Прилагане на европейски модели за работа с младите хора;
- Поощряване на самоорганизирането на младите хора и създаване на предпоставки за формиране на нови организации и укрепване на капацитета на съществуващите;
- Формиране на информационна политика насочена към младите хора;



## Цели на Стратегията

- □ Създаване на условия за толерантност, солидарност и равнопоставеност между половете сред младото поколение.

### Средносрочни цели

- □ Развитие на общинската политика за младежта; Приемане на общинска стратегия за младите хора.
- □ Стимулиране на гражданската активност на младежите и развитие на дейности и инициативи, насочени към социално включване на младите хора в обществото;

- □ Насърчаване на общественнополезни младежки дейности в общината;
- □ Популяризиране и защита на човешките права и насърчаване на междуетническата толерантност и диалог;
- □ Развитие на формалното и неформалното образование и пълноценно използване на свободното време на младите хора за придобиване на полезни знания и умения.



### Краткосрочни цели и задачи

- конкретизират се ежегодно с приемане на Годишен оперативен план, включително и споделяне на ресурсите за изпълнението им.

## Анализ на ситуацията

На базата на наличната информация за младежките организации, функциониращи на територията на община Добрич могат се направят някои аналитични обобщения за условията, в които се съставя и ще се изпълнява настоящата стратегия.

## SWOT анализ

### Силни страни

- □ Наличие на голям брой училища;
- □ Наличие на професионални гимназии на територията на община Добрич;
- □ Наличие на паралелки по туризъм и екология в града;
- □ Съществуват неправителствени организации в областта на спорта, туризма, образованието и културата;
- □ Наличие на микро и малки фирми, основани от млади хора.

### Слаби страни

- □ Висока безработица сред младите хора;
- □ Липса на места за развлечения и спорт;
- □ Липса на млади специалисти;
- □ Липса на мотивация сред младите;
- □ Миграция на младежи към големите градове и столицата;
- □ Емиграция на младежи;
- □ Липса на работни места за млади специалисти;
- □ Слаба материална база за спорт в училищата.

## SWOT анализ

### Силни страни

- Организиране на кръжоци по рисуване, пеене, местни занаяти;
- Наличие на танцови състави, театрални групи, хорове в града и в някои села на Общината;
- Съществуват инвестиционни проекти в областта на туризма, хотелиерството и ресторантьорството;
- Близост до Варна;
- Участие на младежи на национални и международни конкурси, фестивали, турнета, спортни състезания;
- Висок потенциал за развитие на човешките ресурси.

### Слаби страни

- Нисък брой млади семейства в града;
- Ниска раждаемост сред младите двойки;
- Липса на информираност, относно възможности, перспективи, участие в местни организации, местна власт, неправителствени организации, други младежки организации;
- Ниско заплащане на младежите, ниски доходи;
- Липса на собствени жилища;
- Лошо възпитание вкъщи и училище;
- Прояви на агресия сред младежите в училище и на улицата;
- Нисък успех в училище;
- Липса на млади предприемачи, фермери в малкия град;
- Липса на младежки лидери в училище;
- Липса на големи фирми и участие на млади специалисти в тях.



# SWOT анализ

## Възможности

- □ Възможности за партньорство между младежки организации и местната власт за кандидатстване по проекти
- □ Участие на младежи в местни медии
- □ Привличане на средства за млади предприемачи, млади фермери и новосформирани фирми от Европейски проекти и програми
- □ Застъпничество на политически партии за подкрепа и развитие на младежка стратегия
- □ Участие на младежи в училищния живот и управлението на училището
- □ Подобряване на материалната база и спортни площадки
- □ Наличие на опит в областта на младежките програми, който може да бъде приложен съобразно спецификата на региона;
- □ Наличие на цялостна подкрепа на развитието на младежта от страна на Държавната агенция за младежта и спорта и действащите програми в областта на младежкото законодателство;
- □ Наличие на разнообразни източници на финансиране за комуникационни дейности;
- □ Наличието на сравнително успешни механизми за координация между младежките организации и общините, например Националната информационна стратегия.

## Заплахи

- □ Липса на приемственост сред младежките лидери
- □ Липса на толерантност сред младежите
- □ Честа промяна на образователната система
- □ Спиране на финансиране за малките населени места от европейските фондове
- □ Невъзможност на семейства да плащат за обучение на своите деца
- □ Застаряващо население в града и околните села



## Целеви групи и послания

Главен субект на Стратегията е «Добруджански Младежки Алианс» и младежките организации, членуващи в алианса.

### Заинтересовани страни в региона

Най-характерното и най-важното за тази група е заинтересоваността на хората и институциите от действията на Проекта на място и от начина, по който се предвижда да се реализира стратегията. В тази група се включват всички заинтересовани страни, идентифицирани още през предварителната фаза на Проекта, както и в началото на неговото прилагане.

Те могат да се опишат с няколко основни характеристики, по които се различават и които ще определят различните подходи на изпълнение на комуникационни дейности и съответно въвличането им при изпълнението на тези дейности:

Различие по отношение на интересите към ДМА. Например, образователните институции са заинтересовани от възможностите, които им се предоставят за провеждане на курсове и допълнителни квалификации за младите хора. Интересите на местната власт са свързани с осигуряването на възможности за социално-икономическо развитие на младежите в рамките на региона, привличане на инвестиции, привличане на други донорски програми, увеличаване на заетостта и респективно ограничаване на безработицата сред младежта и т.н.

От друга страна, спортните организации са заинтересовани от възможностите за спорт и рекреация на



младите хора, като по този начин съдействат за подобряване на тяхното физическо здраве и създават предпоставки за изграждане на здравословни навици сред младежта, каквито към момента липсват, базирайки се на даните от проведеното проучване сред младежта.

Тези групи имат различна степен на разбиране, готовност и компетентност да партнират на ДМА и на Проекта при осъществяването на комуникационната стратегия. Посланията към тях са съответно различни.



### **Местни власти**

Областна администрация – Варна  
Община Добрич  
Държавна Агенция за младежта и спорта  
Спортни организации

#### **Послания:**

Младите хора са бъдещето на страната ни.  
Младите хора искат да участват в изграждане на своето бъдеще чрез активно участие в живота на общините;  
Подкрепата и интеграцията на целите на проекта в местните планове за развитие ще допринесе за решаването на социално-икономическите проблеми на общините;  
Участието на местните власти в управлението на проекта ще допринесе за дългосрочната устойчивост на резултатите от проекта;  
Местните власти са важен канал за осигуряване на информация и общуване с младите хора



### **Местни и регионални служби, професионални и потребителски асоциации и индивидуални потребители**

Местни сдружения и др.  
Индустриални предприемачи  
Организации на гражданското общество - социални, образователни и други организации.

#### **Послания:**

Изпълнението на дейностите на проекта ще доведе до съществена подкрепа на младите хора в избора им на професия и на здравословен и природосъобразен начин на живот и ще ги направи активни участници в обществения и социалния живот на община Добрич;

Младите хора са бъдещето на страната ни.  
Младите хора искат да участват в изграждане на своето бъдеще чрез активно участие в живота на общините;  
Подкрепата и интеграцията на целите на проекта в местните планове за развитие ще допринесе за

### **Медиите**



Местни медии  
Национални медии  
Международни медии

#### **Послание:**

Медиите като един от най-важните партньори на комуникационната стратегия.

Младите хора на Добруджа искат да се чува техния глас, както на ниво община Добрич, така и в национален план.



## **Образователни, културни и религиозни институции:**

Училища  
Извънкласни образователни институции  
Читалищата  
Музеи  
Религиозни общности и институции  
Послания:

Младите хора искат да имат свое бъдеще.  
Младежите на Добруджа искат да работят достойно и да са активни граждани.  
Младите хора искат да имат възможност за реализация.



## **Вземачи решения на национално и регионално ниво**

Министерство на регионалното развитие и благоустройството  
Министерство на икономиката  
Министерство на труда  
Държавна Агенция за младежта и спорта  
Областни инспекторати за образованието  
Дирекция»Младежки дейности и спорт» към Община Варна

## **Широката общественост в региона и на национално ниво**

Послание:

По-добро бъдеще за младите хора на Добруджа чрез подобряване на условията за свободното време.



## **Донори**

Световна банка, Национални програми, Оперативни програми “Регионално развитие”, “Конкурентноспособност”, “Околна среда”, “Транспорт”, “Техническа помощ”, “Човешки ресурси”, “Административен капацитет”, “Околна среда”, програма ФАР и др.

Послания:

Проектът ще помогне на България да изпълни международните си задължения и изисквания за членство в ЕС.  
Целта на проекта е да донесе глобални икономически ползи.

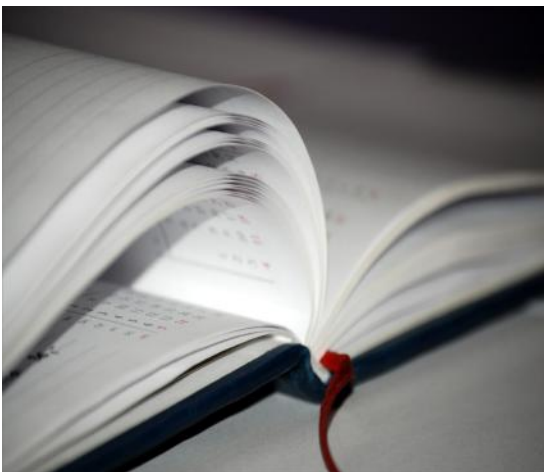
## Стратегически подходи

Целите на Стратегията могат да се постигнат като се приложат няколко основни подхода, които се операционализират в съответни типове дейности. Те са съобразени със съответните целеви групи и характера на посланията, насочени към тези целеви групи. Конкретните дейности се разработват в съответните планове за действие и годишни работни планове.

По принцип, Комуникационната стратегия на Проекта има за цел да допринесе за успешното реализиране на целите на Проекта и в бъдеще, на неговите последици. Ето защо, въпреки че в Плановите за действие ще бъдат заложили широк спектър от дейности, Проектът, финансиран от Световната банка, е важно да подкрепи и финансира онези дейности, които са непосредствено свързани с постигането на неговите конкретни цели. Проектът за реализиране на стратегията за развитие на ДМА ще финансира дейности от комуникационната стратегия, които подкрепят нейните компоненти – популяризиране на дейността на алианса, участие на младежите в обществения и социалния живот,



които допринасят за икономическия растеж и намаляване на безработицата сред младежта в региона и управлението на самия Проект. За останалите дейности е необходимо да се осигурят средства от други източници.



### Публичност и работа с медиите

Този подход осигурява информирането на широката общественост за ДМА.

Най-подходящите действия за прилагане на този подход са следните:

- Създаване на визуална идентичност на ДМА – емблеми, лозунги и др.
- Създаване на партньорства с местните медии
- Организиране на журналистически посещения
- Предоставяне на редовни прес съобщения относно дейностите на ДМА.
- Пресконференции за журналисти
- Издаване на бюлетин по напредъка на проекта
- Кампании за ориентиране на вземащите решения – местни, областни, национални – представяния и пътувания

## Стратегически подходи



## Стратегически принципи

Основните принципи, които ръководят комуникационната стратегия се основават на демократичните ценности, демократичността, доброволчеството от гл.т. на координацията и единодействие по отношение разработването, реализацията и контрола на проектите от страна на членовете за утвърждаване на универсалните и европейски стандарти за младежки политики и практики.

ДМА е демократичен като организация, т.е. младите хора имат правото на свободен достъп, равни възможности и равнопоставено представителство в живота на общините и регионите.

В своята дейност, ДМА се стреми към постигане на ефективност във всички дейности чрез оптимална организация и професионално управление на споделените ресурси.

За доброто функциониране на ДМА, е нужно качество в организацията на дейности, оценявани като необходими и важни както от младите членове на местната общност, така и от цялата местна общност.

### Промоция на проекта

Успехът на дейностите на самия проект в голяма степен са зависими от подкрепата на обществеността в района на общината, на държавните институции на всички нива и на общността на донорите в страната. За да придобие популярност ДМА, е нужна силна промоционална дейност. За тази цел е разработен комуникационен план.

Комуникационния план на проекта има три главни цели:

- да осигурява прозрачност и отчетност пред обществеността за начина на управление на проекта;
- да привлича подкрепа за постигане на целите на проекта;
- да генерира интереса на други донори към инвестиране в района на проекта.



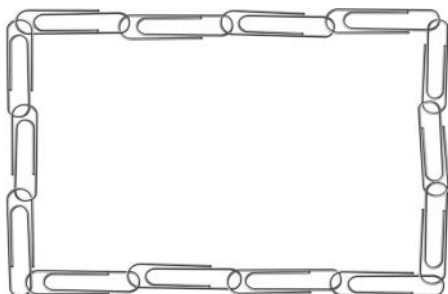
Всички млади хора имат достъп до младежките политики и практики на гражданското общество и за задоволяване на интересите на гражданите.

За да постигнат по-добро бъдеще, младите хора на Добруджа искат прозрачност в общуването си с обществеността относно функциите, работата и ролята на ПМ ДМА, както и активно медийно отразяване.



### **Проактивни, а не реактивни действия:**

Първи принцип на комуникационната стратегия е действията да се планират като проактивни, а не като реактивни. Знаем какви са интересите, знаем какви са целите, знаем кои са партньорите и какви резултати очакваме. Посланията трябва да бъдат “излъчени” във времето така, че да подготвят успеха на предприеманите управленски действия.



### **Създаване на екип, който включва персонал на проекта и персонал:**

Дейностите по изпълнението на Стратегията ще се изпълняват в голяма степен от администрацията на общината и партньорите на проекта, но тяхното координиране, ръководство и управление ще се осъществява съвместно от ДМА и представители на членуващите в алианса младежки организации. По тази причина е нужно вземането на решенията да става от екип, в който да участват поне двама представители на ДМА, съответния местен координатор на проекта и евентуално представител на проекта.



### **Обвързаност на посланията в подкрепа на успеха на изпълнение на Проекта с посланията на целите на управление на територията на общината:**

Съдържанието на посланията във всички публикации и събития трябва да бъдат съобразявани с целите на Проекта. Това означава, че е подходящо винаги да се търсят възможности в съдържанието на публикациите да се включват и факти и информация за дейностите на Проекта.



### **Координиране на всички действия от комуникационната стратегия със съответните органи и институции на регионално и национално ниво:**

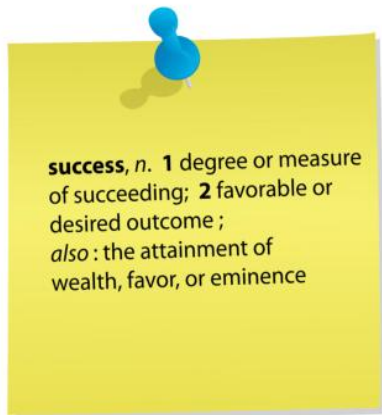
Дейностите от тази Стратегия е необходимо да бъдат съгласувани и координирани с тези органи и институции на регионално и национално ниво, които имат отношение към проекта, неговото финансиране, мониторинг и контролинг.



### **Всяка публикация или друг продукт трябва да има ясно определена аудитория и цел, както и предварителен план за разпространение и събитие за промоция:**

Този принцип помага за по-целенасоченото планиране и дизайн на конкретните дейности. Този процес на планиране на разпространението практически задава решенията за вида, съдържанието и дизайна на изданието или събитието.

# План за действие за изпълнение на целите на комуникационната стратегия



1. Организиране на социално-културни дейности от младежки асоциации и организации, младежки групи и центрове, заедно с участието на семейството, училището и работата.
2. Създаване на оптимална възможност за младежко участие и прокарване на младежка политика в областта на спорта, културата, занаятите, търговията, музикалното и изобразително изкуство, театъра и другите изкуства, а също така и в областта на социалните промени.
3. Подпомагане стремежите на младите хора и техните възможности в разработването на микро проекти и внедряването им местни схеми, насърчаване на различни структури на сдружаване, каквито са младежки непревителствени организации, младежки центрове и групи, организирани от самите млади хора.
4. Насърчаване развитието на младежки организации, които са далеч от местната власт и обществото
5. Предприемане на подходящи мерки от местните и регионални власти да подкрепят младежките организации в ДМА, особено тези които се занимават с обучението на лидери на младежки клубове и организации, както и на млади социални работници, които играят съществена роля на местно ниво.



## **Политика за насърчаване на трудовата заетост и намаляване на безработицата сред младите хора**

1. Въвеждане на конкретна политика в областта на младежката трудова заетост, Община Добрич приема да установява или подобрява комуникационните структури между бизнес общността, образователните институции и представителите на местните младежки организации.
2. Близко сътрудничество с училищата и професионалните образователни институции в борбата срещу слабите резултати в образованието.
3. Насърчаване на младите хора, които планират да започнат малък бизнес, чрез осигуряване на помещения, оборудване, финансови и търговски консултации.
4. Подкрепа на местни младежки организации, занимаващи се с проблемите на младите хора в неравностойно положение, посредством договорна установена помощ и данъчни облекчения, както и чрез обучение и оборудване.
5. Подкрепа на проекти, които имат за цел насърчаването на доброволния труд като алтернативно средство за социална интеграция на безработните, обогатяване на образователните програми за безработни младежи и активните форми за участие на младите хора в заобикалящата ги местна среда.



## **Образователна политика за насърчаване участието на младите хора в ДМА**

Местните власти се задължават в рамките на своята компетентност да приемат училищни програми, които да насърчават образованието в областта на човешките права и да окуражават младите хора да вземат пълноценно участие в училищния живот и в свързаните с него дейности, като извънучелищните форми и обмена на ученици (студенти).

Насърчаване и финансова подкрепа на училищни проекти в областта на средствата за масова информация.



## **Информационна политика, насочена към младите хора с цел по-добра информираност и ангажираност в обществения живот**

1. Развитие и усъвършенстване на информационните технологии при работа с младите хора.
2. Информираниост за нагласите, потребностите и проблемите на младите хора. Свеждане на информацията да по-широка общественост.
3. Осигуряване на достъп до институциите на млади хора с увреждания.
4. Задълбочаване контактите с Общинска администрация и Общински съвет.
5. Информационни кампании във връзка членството на България в ЕС.
6. Популяризиране на насоките на европейската младежка политика.
7. Популяризирането на програмите за реализиране на младежки проекти на европейско ниво.



## **Специфична политика в областта на културата**

1. Местната власт трябва да се стреми към осигуряване на база и условия на младите хора, в които те да могат да изразят своите творчески умения
2. Подкрепа на творческото обучение в областта на музиката, спорта, народните танци, изобразителните изкуства и средствата за масова информация.
3. Осигуряване база за младите хора (помещения, информационни канали и организационна инфраструктура), съществена за развитиета на тяхната културна и творческа дейност – създаване клубове по интереси към културните институции.
4. Организиране на местни радио и телевизионни предавания с активно участие на младите хора.



### Конкретна политика, насочена към селските райони

1. Подкрепа от страна на местните власти за развитие на средни и малки предприятия, кооперации, сформирани от млади хора в малките населени места на общината;
2. Провеждане на адекватна жилищна политика, която позволява на младите хора да живеят в тези райони нормално;
3. Развитие на образователна политика, подкрепяща училищната мрежа в селските райони, за да гарантират условия за образование, позволяващо на младите хора да участват пълноценно в живота на своето село;
4. Създаване или разширяване на професионалното обучение, което да гарантира на младите хора да се обучават в собственото си село;
5. Подпомагане на младите хора да играят важна роля в организирането и изпълнението на общински мероприятия като се концентрират върху най-актуалните за самите тях теми.



---

### Социална и здравна политика

1. Провеждане на политика за справяне с проблема със злоупотребата на наркотици и алкохол. Местните и регионални власти, заедно с представители на младежките организации в града да въведат, популяризират и развиват местни информационни и консултантски центрове в помощ на засегнатите от този проблем млади хора.
2. Въвеждане на специализирани програми за обучаване на млади социални работници, доброволци и лидери на организации, занимаващи се с разработването на профилактични стратегии в тази област.
3. Засилване информационните кампании по превенция от болести, предавани по полов път и предпазните мерки, насочени към младите хора. Младите хора и местните младежки организации трябва да си сътрудничат при изработването и прилагането на подобни информационни и активни програми.



---

### Екологична политика

1. Предоставяне на финансова подкрепа от местните власти на проекти – традиционни или експериментални, целящи да увеличат грижата за околната среда.
2. Включване на младите хора в отделни инициативи за почистване на паркове, речни корита и замърсени участъци в отделните населени места на общината.
3. Подкрепа на програми за международен обмен по екологични проблеми и стимулиране появата на структури, надхвърлящи рамките на националните интереси. Организиране на местни радио и телевизионни предавания с активно участие на младите хора.

За популяризиране дейността на Партньорска мрежа „Добруджански младежки алианс“ се предвижда следния медиен микс:

1. Създаване на уеб-сайт на ДМА.

2. Организиране на широка рекламна кампания, чрез разработване на рекламни материали и тяхното публикуване или излъчването им по регионалните и национални медии - с цел популяризиране на дейността на местните младежки организации, членуващи в ДМА.

3. Е-мейл маркетинг до представители на местните власти.

4. Банерна реклама в топ рейтингови портали и блогове, където аудиторията е предимно младежи- dir. bg, abv.bg, facebook.com

5. Печатна реклама в специализирани младежки издания

6. Изработването на атрактивни рекламни материали за ДМА- флаери и разпращане до студентски организации или Студентски съвети на основните университети в гр.Варна

7. Изготвяне на ежемесечен бюлетин за напредъка на дейността на ДМА и изпращането му до местните власти.

8. Изработване на CD-та, реклами и брошури и изпращането им до различни общини в България, други европейски общини, търговски и международни сдружения.

9. Организиране на обучителни курсове, конкурси за подобряване на квалификационните знания, умения и информираност на местното население.

10. Изготвяне на наръчник за професионална ориентация на младежите.

11. Провеждане на семинари по проблеми на младите хора на Добруджа.

12. Създаване на младежки парламент като структура към община Добрич, където да се обсъждат текущите проблеми на младите хора.

13. Подкрепа на дейността на читалищата чрез организиране на фестивали по надпяване.

14. Създаване на клубове за младите хора, посветени на занятия за свободното време-танци, рисуване.

